

KIC  
Per 26/01  
Cah  
t

# SKRIPSI

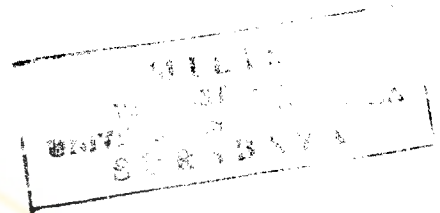
ANSIE CAHYANINGRUM *Pate*

## TANGGUNG GUGAT PELAKU USAHA KOSMETIKA ATAS HASIL PRODUKSI YANG TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN



**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2001**

# **TANGGUNG GUGAT PELAKU USAHA KOSMETIKA ATAS HASIL PRODUKSI YANG TIDAK SESUAI DENGAN IKLAN**



## **SKRIPSI**

**DIAJUKAN SEBAGAI PENULISAN AKHIR  
PROGRAM SARJANA BIDANG ILMU HUKUM**

**Dosen Pembimbing**

**Penulis,**

**Y. Sogar Simamora, S.H., M.Hum.**  
**NIP. 131 570 342**

**Ansie Cahyaningrum**  
**NIM. 039614421**

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2001**

## BAB IV PENUTUP

### 1. Kesimpulan

- a. Iklan kosmetika yang menyesatkan adalah iklan yang tidak memenuhi ketentuan mengenai larangan iklan kosmetika yang menyesatkan, yang terdapat pada pasal 22 Permenkes No. 220 Tahun 1976, tidak memenuhi kewajiban-kewajiban pelaku usaha periklanan dalam Keputusan Menteri Kesehatan No. 386/ MEN. KES SK/ IV/ 1994 tentang pedoman periklanan kosmetika, tidak memenuhi ketentuan Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia, dan tidak memenuhi ketentuan Perlindungan Konsumen Tahun 1999 pasal 17 tentang larangan pelaku usaha periklanan dalam memproduksi iklan. Dengan adanya putusan Pengadilan Negeri Surabaya No. 502/Pdt.G/ 1991/PN. SBY tanggal 29 April 1992, yang menyatakan bahwa brosur (iklan tertulis) merupakan salah satu bentuk penawaran. Oleh karena itu dengan keluarnya putusan PN Surabaya tersebut berarti hanya iklan dalam bentuk brosur saja yang mempunyai akibat hukum apabila penawaran yang dilakukan telah diakseptasi oleh penawar.

b. Tanggunggugat produk timbul akibat dari pemakaian produk kosmetika. Kualifikasi gugatan mendasarkan pada wanprestasi dan perbuatan melawan hukum. Gugatan berdasarkan wanprestasi sanagat lemah karena mensyaratkan adanya hubungan kontraktual antara para pihaknya sehingga hanya pihak yang terikat kontrak saja yang dapat saling menggugat. Dengan demikian, produsen bisa menolak bertanggung jawab dengan alasan tidak ada hubungan kontraktual antara para pihak. Namun tidak begitu saja produsen itu dapat lolos dari tanggung jawab karena masih ada upaya hukum lain, yaitu dengan sarana perbuatan melawan hukum yang tidak mensyaratkan adanya hubungan kontraktual antara konsumen dengan pelaku usaha. Sistem pembuktian yang digunakan dalam tanggung gugat pelaku usaha ini diatur dalam UU Konsumen No. 8 Tahun 1999 menggunakan sistem pembuktian terbalik. Konsekuensinya pelaku usaha tersebut yang membuktikan ada atau tidaknya kesalahan pada dirinya.

## 2. S a r a n

a. Ketentuan yang mengatur iklan dalam UU Perlindungan Konsumen, ternyata masih sangat minim oleh karena itu masih diperlukan pengaturan pelaku periklanan yang mengatur hak dan

kewajiban serta tanggungjawab bagi pelaku periklanan dalam UU tersendiri.

- b. Iklan diluar brosur hanya merupakan undangan untuk melakukan penawaran. Padahal supaya perlindungan hukum terhadap konsumen atas iklan yang menyesatkan dapat berlaku efektif, maka seharusnya penawaran tidak berlaku hanya pada iklan dalam bentuk brosur saja, melainkan secara analogis akibat hukum yang sama dapat diterapkan juga untuk iklan dengan media televisi, radio maupun iklan lini bawah.

